

MEMORIA PROYECTO INNOVACIÓN Y MEJORA DOCENTE.

Curso 2014 - 2015

IDENTIFICACION DEL PROYECTO:

Código:

ID2014/0145

Título:

CREACIÓN Y DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE REDES
SOCIALES Y POSICIONAMIENTO ONLINE PARA MAXIMIZAR
LA VISIBILIDAD DE LOS ESTUDIOS DE LA ESCUELA DE
EDUCACIÓN Y TURISMO DE ÁVILA DE LA UNIVERSIDAD DE
SALAMANCA

Centro: Escuela Universitaria de Educación y Turismo (Ávila)

Modalidad: C. Proyectos dirigidos a un centro (Facultad, Escuela,
Departamento o Instituto) que los avala.

I. Captación de estudiantes y promoción de titulaciones.

Coordinadora del proyecto: Eva Lahuerta Otero

1.- OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN DOCENTE

El objetivo principal del proyecto planteado es ofrecer una herramienta informativa rápida, cómoda, de fácil acceso y disponible en cualquier momento a los alumnos de la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila de la Universidad de Salamanca

Este proyecto se concibió como una forma de acercarse a los alumnos de la escuela en un ambiente un poco más distendido y en el que ellos se sintiesen cómodos y libres para comunicarse no sólo con la institución sino también entre ellos.

Así, la plataforma virtual se planteó como un lugar en el que plantear dudas e inquietudes que serían resueltas por todos los miembros implicados. Por otro lado supondría un lugar de opinión donde exponer opiniones, quejas y donde aportar ideas para la mejora de la escuela y su funcionamiento.

Desde el punto de vista de la institución, serviría para recoger información de las necesidades de los agentes integrados en la misma para que la gestión mejorase en eficiencia. Serviría también como plataforma promocional de las titulaciones que se imparten en el centro, pero no sólo desde un punto de vista formal, si no que los propios alumnos con sus experiencias y participación den a conocer lo que se ofrece, de forma que los actuales estudiantes sean prescriptores de los futuros. Este punto creemos que es importante ya que la influencia de los semejantes puede ser más fuerte que muchas campañas institucionales de difusión.

2.- RECURSOS EMPLEADOS

El principal recurso utilizado para el desarrollo del proyecto ha sido la Red Social horizontal "Facebook". Esta red social permite la interconexión de individuos desde cualquier lugar del mundo a cualquier hora del día de un modo rápido y sencillo.

Los alumnos (potenciales, actuales y egresados) pueden entrar en la página y grupos creados en esta plataforma virtual a través de sus perfiles de Facebook, para obtener toda la información sobre la Escuela Universitaria, así que como otros contenidos relacionados con la vida universitaria o con el ámbito económico y empresarial. Por otro lado, pueden interactuar con la página dando sus opiniones o mostrando el agrado o desagrado con la información que se presenta.

Como recursos secundarios se utilizaron las pantallas de USAL TV para la promoción del proyecto, así como una campaña de emailing y el uso de cartelería institucional.

3.- ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO

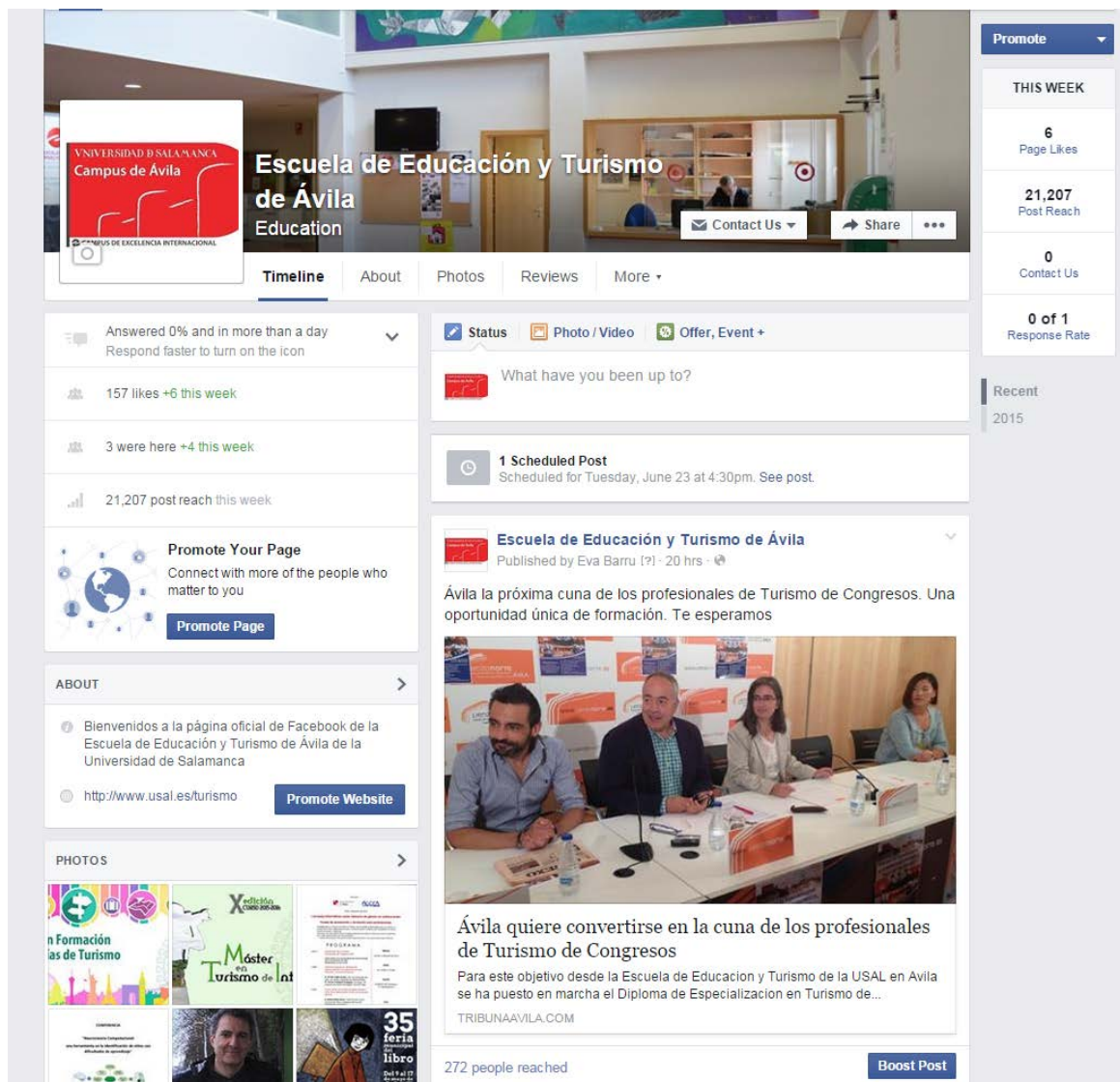
El presente proyecto se propuso para la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila de la Universidad de Salamanca, con vistas a la utilidad futura del proyecto se plantea como público al que va dirigido alumnos matriculados actualmente en la escuela pero también futuros estudiantes y ex alumnos que quieran seguir vinculados al centro.

Las actuaciones que se han realizado para la consecución del proyecto se detallan a continuación:

- Fijación de objetivos que se querían lograr con la apertura de una página oficial en la Red Social Facebook, para lo que la coordinadora se reunió con los miembros del equipo, profesores y personal de Administración y Servicios del centro. En esta reunión se determinaron los puntos de actuación y carencias informativas que los alumnos podrían tener.
- A partir de este momento, se comenzó a elaborar por parte de la coordinadora, y de los miembros del equipo:
 - El diseño de la cartelería con la que se anunciaría el nacimiento del Facebook de la escuela, para lo que se contó con colaboración externa.
 - Los contenidos y el formato que se daría a los mismos para el momento de su lanzamiento (desde qué contenidos se incluirían y cuáles no, el estilo de redacción de los mismos, palabras claves de búsqueda e identificación de contenidos...)
 - Las imágenes que se incluirían en el perfil de la Escuela
 - La campaña promocional para maximizar la visibilidad de dos de los títulos propios de la escuela: Máster en Turismo de Interior y Máster en Formación para guías de Turismo.
- Se procedió a la creación de la nueva página oficial de Facebook de la escuela (7 de abril de 2015). Antes de este paso, se tuvieron que reclamar o fusionar (Facebook tiene un procedimiento estandarizado) hasta tres páginas y perfiles ya existentes que se relacionaban con el centro, pero que no tenían apenas actividad.

CREACIÓN Y DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES Y POSICIONAMIENTO ONLINE
PARA MAXIMIZAR LA VISIBILIDAD DE LOS ESTUDIOS DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN Y TURISMO
DE ÁVILA DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Imagen 1: Página oficial en Facebook de la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila



Durante un período de 7 días se configuró la página según las necesidades de la escuela, y se insertaron las imágenes que servirían como presentación de la misma.

- La semana siguiente se comenzó con la campaña de difusión a través de las pantallas de USAL tv instaladas en los centros, y con el envío masivo de un correo electrónico a los alumnos para maximizar la difusión de la iniciativa. También se instaló cartelería por el centro:

Imagen 2: Cartelería de difusión utilizada en la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila



LA ESCUELA UNIVERSITARIA DE EDUCACIÓN Y TURISMO YA ESTÁ EN **facebook**

TODA LA INFORMACIÓN Y NOVEDADES QUE TE INTERESAN

Proyecto de Innovación Docente ID2014/0145
Cofinanciado por la Universidad de Salamanca y
la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila
Coordinadora del proyecto: Eva Lahuerta Otero



**Haz click en
Me gusta**

- Durante las semanas siguientes se fue insertando información que se estimó oportuna para los alumnos y miembros de la comunidad universitaria en general.

4.- METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología utilizada para la realización del proyecto consistió en:

- Reuniones con el equipo para la fijación de objetivos del proyecto. En estas reuniones se fijaron también las formas de actuación para la consecución de los objetivos planteados. La coordinadora exponía sus ideas para ser discutidas y mejoradas por los miembros del proyecto.
- Elección de los contenidos que serían incluidos en el Facebook del centro.
- Elaboración por parte de la coordinadora de los contenidos con el formato adecuado a la plataforma virtual.
- Promoción física y online de la iniciativa, utilizando para ellos cartelería, las pantallas de USAL TV colocadas en la escuela, correo electrónico, y por supuesto, propia página de la institución.

- Inserción de los contenidos (con una frecuencia prácticamente diaria) y actualización de los mismos.
- Creación de la campaña de difusión de los Títulos propios.
- Resolución de dudas o cuestiones planteadas a través de la página.

4.- EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DEL PROYECTO

Por parte de la coordinación, el proyecto ha sido exitoso. Aunque es cierto que podría llegar a más, esto no fue así por las fechas de lanzamiento y difusión. Pero consideramos que en años posteriores con la información oportuna al alumno en el momento de la matriculación los resultados serán mucho mejores. Aun así, la implicación y la participación de los alumnos fue muy positiva, dando a me gusta y compartiendo los contenidos que más les interesan, incluso haciendo comentarios y propuestas de mejora.

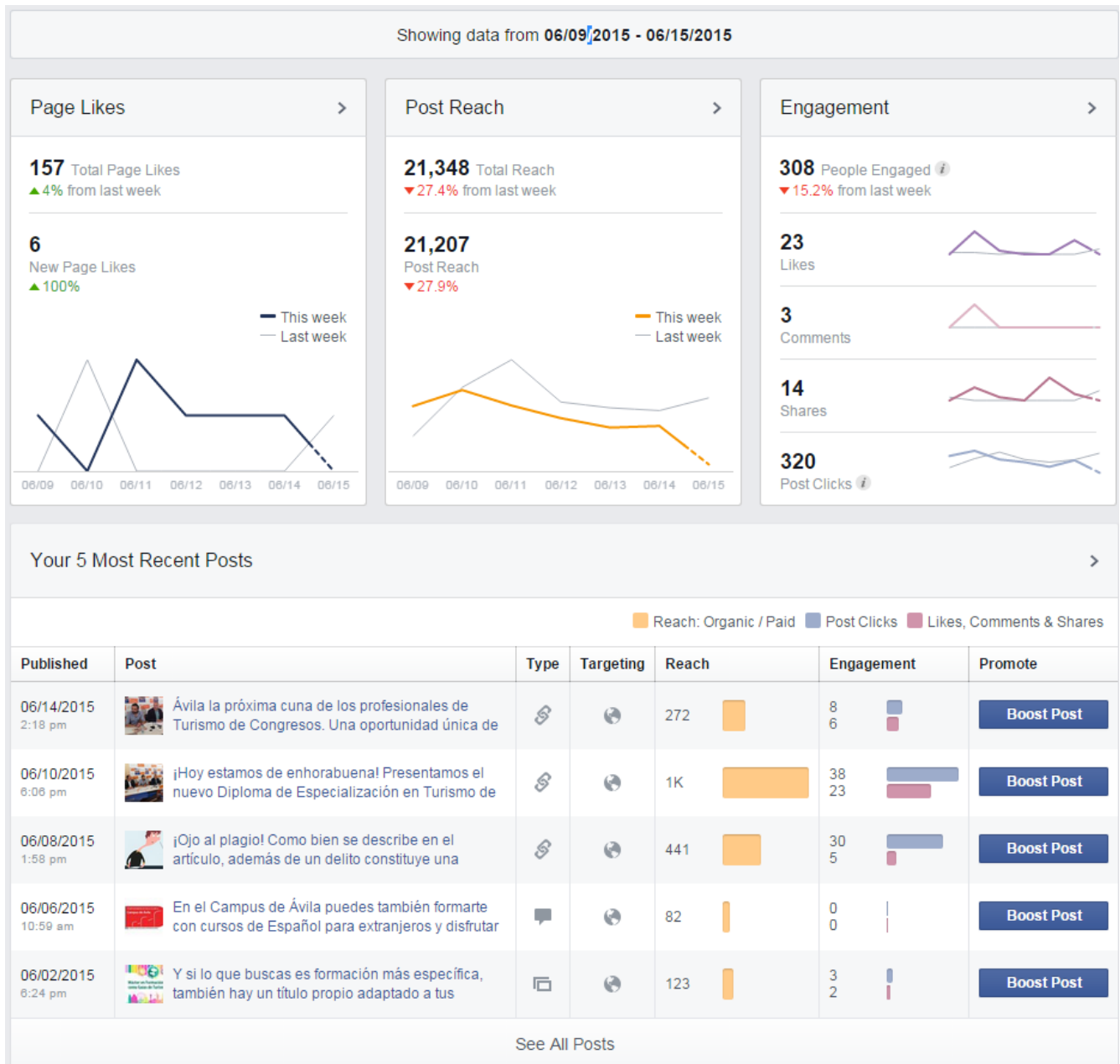
Lo anteriormente expuesto queda claramente reflejado en algunos de los datos que presentamos a continuación y que han sido recogidos a fecha 15 de junio de 2015, obviamente son orientativos y relativos puesto que la iniciativa continuará, pero son un buen indicador del éxito del proyecto.

- **Resultados en la página de Facebook de la Escuela de Educación y Turismo de Ávila.** Como se puede observar en el Gráfico 1, se consiguieron 157 fans en la página de la escuela, este número se sigue incrementando día a día. A través de estos fans la página consiguió un alcance de 21.262 personas (personas que podían llegar a conocer la página a través de esos 157 fans), con lo que el potencial de difusión de la escuela hacia posibles nuevos alumnos es enorme. Podemos observar también que todos los días se está hablando de la página, en mayor o menor medida, lo que nos permite asegurar que nuestra iniciativa tiene interés.

Por último, podemos ver que más de 1000 personas (alcance total en la última semana de una sola publicación) vieron o interactuaron con la página, lo que nos permite reforzar la idea de alta difusión de los contenidos de nuestra escuela no sólo entre actuales fans si no en personas ajenas. Esto nos lleva a pensar en que el crecimiento de la página aumentará en el futuro, ya que usuarios que regularmente vean contenidos en los perfiles de otros amigos terminarán por agregarse a nuestra página para ver el global de contenidos en tiempo real y con una notificación de los mismos.

CREACIÓN Y DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES Y POSICIONAMIENTO ONLINE
PARA MAXIMIZAR LA VISIBILIDAD DE LOS ESTUDIOS DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN Y TURISMO
DE ÁVILA DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Gráfico 1: Descripción general de la página



A continuación se presentan datos acerca de las publicaciones en la página de la escuela. Hasta el día de recogida de los datos se había publicado más de 50 contenidos con una frecuencia prácticamente diaria, con contenidos específicos de la Escuela, así como temas relacionados con la Universidad en general o con Ávila. En el gráfico 2 se pueden observar cuáles de las publicaciones realizadas por la institución tuvieron más repercusión en los fans.

Observamos que la publicación con más difusión (aquella que de las personas que la vieron crearon una historia relacionada) fue la noticia en prensa de la puesta en marcha del nuevo título propio de Diploma de Especialización en Turismo de Congresos, Eventos y Reuniones, que ha sido vista por más de 1000 personas. Tiene además 8 me gusta y se ha compartido en dos ocasiones.

Esto nos demuestra que nuestros alumnos no sólo se interesan por contenidos concretos de la escuela si no que amplían su ámbito de interés a contenidos relacionados.

Gráfico 2: Publicaciones con mayor repercusión (hasta el 15 de junio)

Reach: Organic / Paid Post Clicks Likes, Comments & Shares									
Published	Post	Type	Targeting	Reach	Engagement	Promote			
05/08/2015 12:07 pm	 Mañana sábado 9 de mayo, tendrá lugar el ACTO DE GRADUACIÓN DE LOS ALUMNOS DE LAS			1.3K 	58 46 	Boost Post			
06/10/2015 6:08 pm	 ¡Hoy estamos de enhorabuena! Presentamos el nuevo Diploma de Especialización en Turismo de			1K 	38 23 	Boost Post			
06/08/2015 1:58 pm	 ¡Ojo al plagio! Como bien se describe en el artículo, además de un delito constituye una			441 	30 5 	Boost Post			
05/10/2015 2:34 pm	 Momentos especiales en un día inolvidable. ¡Enhorabuena graduados!			422 	83 12 	Boost Post			
05/12/2015 4:35 pm	 Abierto el plazo de matrícula para el PROGRAMA INTERUNIVERSITARIO DE LA EXPERIENCIA DE			380 	10 3 	Boost Post			
06/14/2015 2:18 pm	 Ávila la próxima cuna de los profesionales de Turismo de Congresos. Una oportunidad única de			272 	8 6 	Boost Post			
04/24/2015 6:35 pm	 ¿Sabías qué... La Tuna de Magisterio de Ávila ha cumplido 28 años? En 2014 lo celebraron todos			161 	6 3 	Boost Post			
05/19/2015 3:37 pm	 Mañana, miércoles 20 de mayo, tendremos la excelente oportunidad de conversar con el			152 	9 4 	Boost Post			

En relación al perfil de los fans que se agregaron a nuestra página (Gráfico 3), observamos que existe 77% de mujeres en nuestra página. Respecto a la edad, el segmento que más se ha agregado es el que comprende de 18 a 24 años seguido del de 25 a 34, también era un dato esperado puesto que es la franja de edad más común entre nuestros estudiantes. Pero también cabe reseñar que individuos de otras edades también se han visto atraídos por la página, suponemos que son ex alumnos que siguen interesados en la escuela y su funcionamiento y también en profesores y personal de administración de la institución que quieren estar al día.

Otro punto que podemos analizar es la nacionalidad de nuestros fans, como es lógico la gran mayoría son de nacionalidad española. Pero el dato importante es que nuestra página tiene agregados individuos de hasta otras 8 nacionalidades, lo que supone una difusión y promoción internacional de nuestra escuela. Este hecho puede repercutir en la recepción de estudiantes de intercambio en sucesivos cursos académicos.

La gran mayoría de nuestros fans se conecta o accede a nuestra página desde Ávila y Salamanca, aunque observamos que el número de ciudades desde las que se nos visita es muy amplio y variado, incluso desde el extranjero. Esto indica que a pesar de no estar en la actualidad en nuestra ciudad siguen teniendo interés por conocer lo que sucede en la institución desde otros lugares.

Gráfico 3: Perfil de los fans de la página de la Escuela

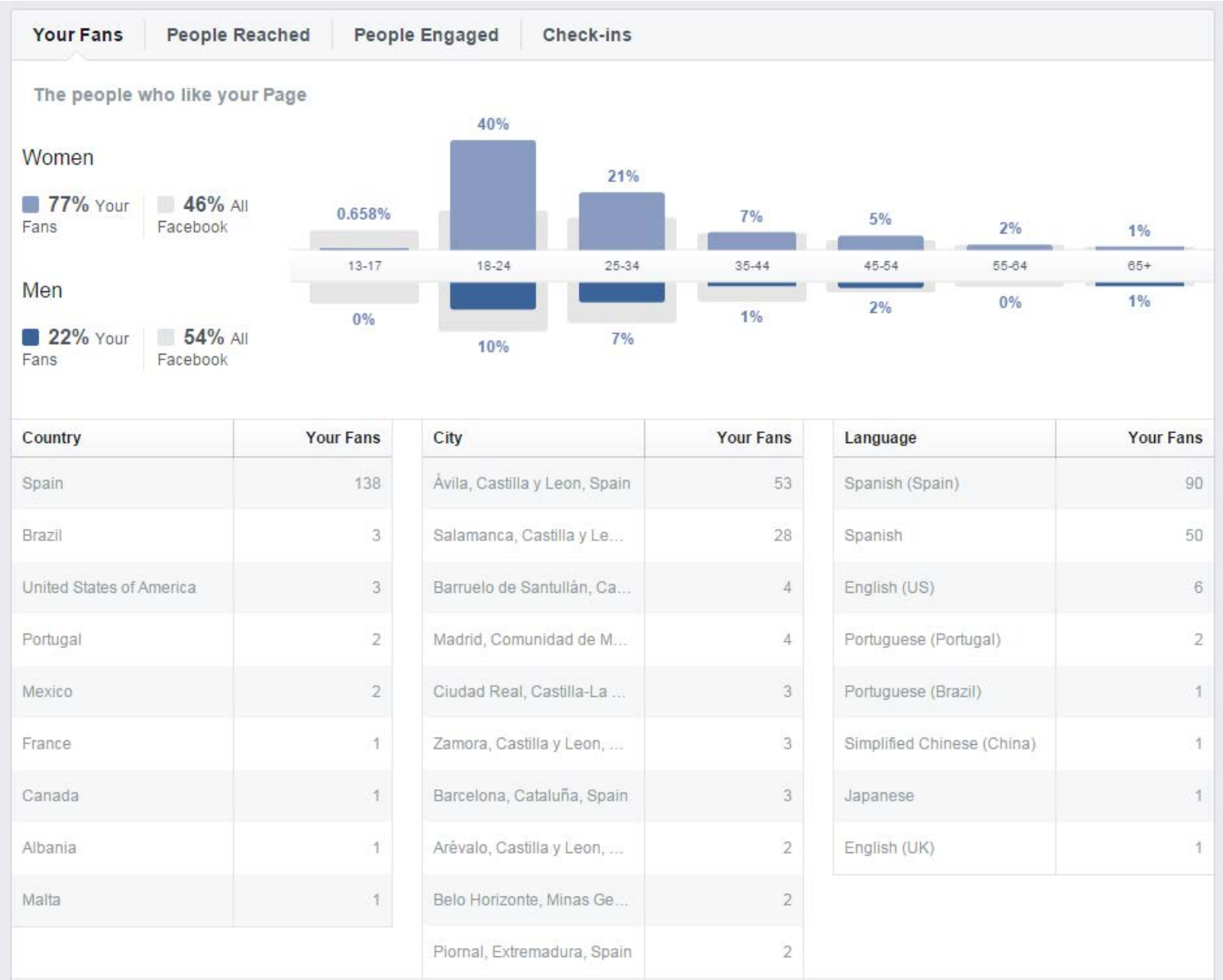


Imagen 3: Ejemplo de post publicado dentro de la página de Facebook oficial de la Escuela.

The screenshot shows a Facebook post from the 'Escuela de Educación y Turismo de Ávila' page. The post is titled '¿Sabías qué... La Tuna de Magisterio de Ávila ha cumplido 28 años? En 2014 lo celebraron todos juntos y nos hicieron pasar ratos tan buenos como éstos:'. It includes a video thumbnail showing a group of people in traditional attire. The post has 161 people reached, 2 likes, and 1 comment. The right sidebar shows detailed engagement metrics: 161 People Reached, 3 Likes/Comments/Shares (2 Likes, 2 On Post, 0 On Shares), 1 Comments (1 On Post, 0 On Shares), 0 Shares (0 On Post, 0 On Shares), 6 Post Clicks (0 Photo Views, 3 Link Clicks, 3 Other Clicks), and a 'NEGATIVE FEEDBACK' section with 0 Hide Post, 0 Hide All Posts, 0 Report as Spam, and 0 Unlike Page.

- Resultados de la campaña de publicidad pagada a través de la Herramienta Facebook ads. Como parte fundamental de este proyecto, y en línea con los objetivos de maximizar la visibilidad, se ha utilizado la financiación concedida en este proyecto (125€) para realizar una campaña de difusión de los títulos propios de Máster en Turismo de Interior y Máster en Formación para Guías de Turismo.

La campaña ha conseguido los siguientes resultados (A fecha 15 de junio de 2015):

- Clics en el anuncio sobre el máster de Turismo: 474
- Clics en el anuncio sobre el máster de formación de Guías: 123 (Este anuncio tuvo problemas de verificación por Facebook, por lo que su difusión es más tardía, desde el 10 de junio de 2015).
- Alcance total pagado de los anuncios: 46775 personas
- Coste medio: 0,10€ clic.

Estos resultados demuestran la gran efectividad de la herramienta de Facebook ads a la hora de promocionar titulaciones, ya que por un coste muy pequeño se pueden conseguir grandes resultados de difusión.

Imagen 4: Vista previa anuncio en Facebook sobre el Máster en Formación para guías de turismo.



Escuela de Educación y Turismo de Ávila
Sponsored ·  Like Page

Título Propio Máster en formación para guías de turismo.

Máster en Formación como Guías de Turismo

Máster USAL Guías Turismo
¿Te interesa el turismo? ¿Quieres recibir formación puntera semipresencial u online? ¡Matrículete en nuestro máster con prácticas en empresas te convertirás en experto! PLAZO DE PREINSCRIPCIÓN ABIERTO

WWW.USAL.ES [Sign Up](#)

 1

[Like](#) [Comment](#) [Share](#)

[View in News Feed \(desktop\)](#) [View on mobile](#)
[View on Right Hand Side](#) [View Post Permalink With Comments](#)

OK

Imagen 5: Vista previa anuncio en Facebook sobre el Máster en Formación para guías de turismo.



En definitiva, valoramos que el proyecto ha tenido el éxito esperando teniendo en cuenta el poco tiempo que lleva en funcionamiento público. Es nuestro deseo continuar con la iniciativa en años sucesivos para aumentar no sólo la difusión y promoción de la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila si no también aumentar la satisfacción de nuestros alumnos y profesores presentes, pasados y futuros. Y recomendamos la aplicación de este proyecto a cualquier otra escuela de esta y otras universidades, vistos los grandes resultados de visibilidad y difusión a un coste relativamente pequeño.